



**Centro Universitário de Brasília
Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento - ICPD**

**ESPIRITUALIDADE E AS REDES SOCIAIS:
Uma análise sobre a presença de Sri Prem Baba na internet**

Gabriela Guerra Boa Nova de Araujo^{*}

RESUMO

O presente artigo tem o objetivo de fazer uma conexão entre as redes sociais e a espiritualidade. Para isso foi utilizado o método de pesquisa teórica de autores relacionados ao marketing digital, foi aplicada pesquisa de campo com usuários da internet e foram feitas entrevistas com Sri Prem Baba, com o coordenador da Sociedade Gnóstica Internacional e com publicador do Canal MOVA. Com isso, pretendeu-se demonstrar que as redes sociais e a internet de modo geral atuam como facilitadoras da religiosidade na vida das pessoas e contribuem para que grupos de interesses em comum se unam em prol da espiritualização e do autoconhecimento, assim como são ferramentas essenciais para o bom andamento da missão recebida e o trabalho realizado por Prem Baba.

Palavras-chave: Sri Prem Baba. Religião. Espiritualidade. Redes sociais.

^{*} Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD) como pré-requisito para obtenção de Certificado de Conclusão de Curso de Pós-graduação *Lato Sensu* em Marketing Digital, sob orientação do Prof. William Hertz.

1 INTRODUÇÃO

Com a evolução tecnológica e o avanço das mídias digitais, os usuários das redes sociais dispõem cada vez mais de conteúdos de diversos temas tendo a oportunidade de interagir com outras pessoas e produzir seu próprio conteúdo. Na era digital, na qual vivemos, mídias como: Facebook e YouTube levam, ao público conectado, informações valiosas que auxiliam no desenvolvimento pessoal. No que tange à religiosidade, o trabalho tem a finalidade de apresentar e justificar a força com que as mídias digitais proporcionam aos líderes e mestres espirituais com influência do hinduísmo, budismo e gnosticismo, que utilizam as redes sociais para disseminar conhecimentos, tirar dúvidas e estabelecer laços com seus seguidores.

Primeiramente o leitor será elucidado sobre o marketing digital e o crescimento das mídias sociais com base em autores acadêmicos. Posteriormente serão apresentados dados de estudos de campo produzidos pela autora e por empresas de pesquisa, que demonstram o comportamento dos usuários na internet. O estudo de campo foi baseado na construção de um questionário online e entrevistas via e-mail com Sri Prem Baba, com publicadores do Canal MOVA e com o coordenador da Sociedade Gnóstica Internacional – SGI.

A escolha das páginas, Facebook e YouTube, de Sri Prem Baba, MOVA e SGI, justifica-se pela complexidade dos temas publicados nessas mídias, aceitação, afeição e participação do público, assim como por abordarem sabedorias milenares publicadas e produzidas por brasileiros. Além disso, esses canais utilizam vários recursos tecnológicos para facilitar a aprendizagem e o compartilhamento de ensinamentos, como: vídeos, textos ilustrativos, áudios e promovem eventos presenciais e virtuais.

Quando se fala em religião e espiritualidade, é, talvez, um tanto controverso alinhar com tecnologia e ciência, pois, historicamente, são assuntos que não se fundem e, culturalmente, concorrentes. O que o presente artigo pretende é fazer um paralelo entre esses dois pilares – espiritualidade e tecnologia, e promover a ideia de que eles se suplementam.

2 O CRESCIMENTO DAS REDES SOCIAIS NO BRASIL

Com o surgimento da internet no Brasil, em meados de 1990, e sua popularização, em 1995, as pessoas começaram a se comunicar mais. A primeira mídia social online foi o e-mail, criado para suprir a necessidade de interação entre pessoas de diferentes localidades, substituindo as cartas.

As demais plataformas como: mIRC e ICQ, foram criadas com o objetivo de enviarem e receberem mensagens instantâneas. O Skype por sua vez possibilitou a comunicação por áudio e vídeo.

Dessa forma os meios de comunicação virtual evoluíram de acordo com as descobertas tecnológicas e com a demanda dos usuários. Os principais são: Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, Snapchat, Pinterest, LinkedIn e SoundCloud.

Na imagem 1 é possível visualizar os números de contas ativas no mundo, em milhões, de acordo com infográfico feito por Allan Peron com base nas pesquisas do site Statista.

Imagem 1 – Usuários mundiais das redes sociais



Fonte: Allan Peron Infográfico

O Facebook é, há anos, a rede social mais popular no mundo, e no Brasil não poderia ser diferente, está no topo da lista das mídias mais queridas e utilizadas pelos brasileiros. Uma pesquisa feita em 2014 pelo Facebook constatou que

sessenta e dois milhões de brasileiros acessam a plataforma diariamente, dessas, cinquenta milhões acessam via celular ou *tablet*, são noventa e dois milhões de acessos por mês, veja na imagem 2.

Imagem 2 – Facebook no Brasil



Fonte: dados internos do Facebook

Em uma pesquisa, demonstrada na tabela 1, feita pela eMarketer, neste ano, é possível perceber o quanto os brasileiros estão inseridos do mundo digital. A empresa fez também uma estimativa para os próximos anos, e nós continuamos à frente de países como México e Argentina.

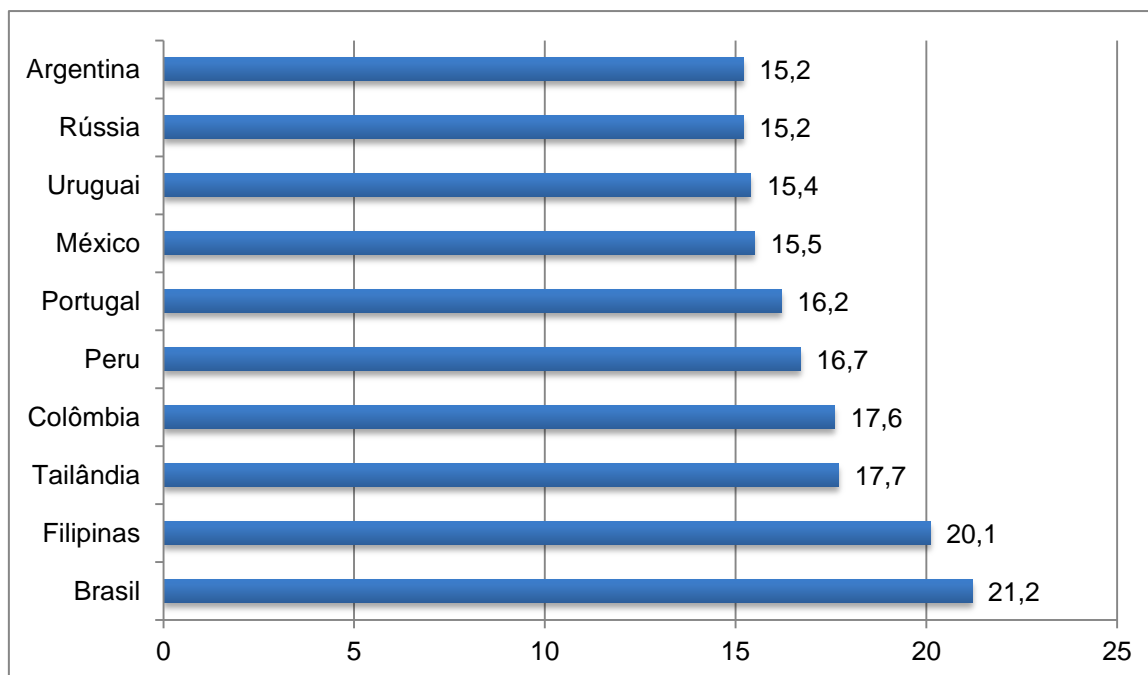
Tabela 1 – Usuários (milhões) das redes sociais na América Latina por país de 2014-2020

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Brasil	78,1	86,5	93,2	97,8	100,6	103,1	105,2
México	43,7	49,5	56,0	61,6	65,9	69,8	72,1
Argentina	19,2	20,8	21,7	22,5	23,3	23,9	24,3
Outros	69,0	81,0	89,3	95,9	102,0	107,7	111,9
TOTAL	210,0	237,8	260,1	277,8	291,8	304,4	313,6

Fonte: eMarketer

Os brasileiros ainda são líderes no tempo gasto nas redes sociais, é o que mostra a pesquisa realizada pela consultoria comScore, intitulada “Futuro Digital em Foco Brasil 2015”, onde aponta que por mês são gastas em torno de seiscentas e cinquenta horas, o que corresponde a 60% mais que a média mundial. Veja abaixo o mapa feito com base na pesquisa mencionada.

Gráfico 1 – Média de minutos por visitas às redes sociais por países em 2015



Fonte: comScore

Nessa mesma pesquisa, a consultoria constatou que a porcentagem de acessos via desktop está diminuindo, o que denota a migração para os dispositivos móveis. Mesmo assim a audiência online através de desktops soma um pouco mais de setenta e cinco milhões de brasileiros, contra trinta e oito milhões que acessam por dispositivos móveis, desses, quase nove milhões são usuários exclusivamente móveis.

Outro dado interessante é quanto ao tempo de utilização através de aplicativos e navegadores, sendo cerca de 90% do tempo virtual gasto em navegadores e o restante em aplicativos móveis.

2.1 Redes Sociais e o Ciberespaço

A expressão “redes sociais” foi criada por Radcliffe-Brown em 1950 para denominar a estrutura social e significa reunião de pessoas com motivações em comum. Anteriormente à internet, “rede social” era apenas um agrupamento de pessoas em presença física. Atualmente, o termo exprime conexões virtuais que para Lemos (2003) designa a era da mobilidade, principal característica das tecnologias digitais e consiste ainda, segundo ele, “no movimento do corpo entre espaços, entre localidades.”. As plataformas de mídias sociais possuem alcance extraordinário e comunicam pessoas de qualquer parte do planeta, o que tornou a comunicação muito mais fácil, rápida, segmentada e com a possibilidade de personalização.

A comunicação virtual em massa possibilita o agrupamento de pessoas no ciberespaço, que pensam de forma semelhante dando força a determinado pensamento. Para Levy (1999, p. 17), ciberespaço é um “universo oceânico de informação que ela (comunicação digital) abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo.”. Levy também acredita que o ciberespaço é um local de construção de laços sociais em torno de interesses comuns, e seu crescimento é o resultado de jovens ansiosos para se comunicar e compartilhar conhecimento. A partir dessa visão, temos uma oportunidade excelente de imersão e produção de conteúdos virtuais de diferentes temas.

Segundo o economista e pensador social, Jeremy Rifkin (2015), a internet permite que os usuários eliminem os agentes intermediários e criem uma cultura do compartilhamento. Essa economia do compartilhamento e o consumo colaborativo nasceram do próprio capitalismo, isso porque as novas revoluções tecnológicas emergem para gerenciar mais eficientemente a atividade econômica. Ele ainda afirma que as gerações mais novas estão começando a ver a si próprios como parte de uma grande família humana e não querem ter um carro, por exemplo, querem acesso, e não posse.

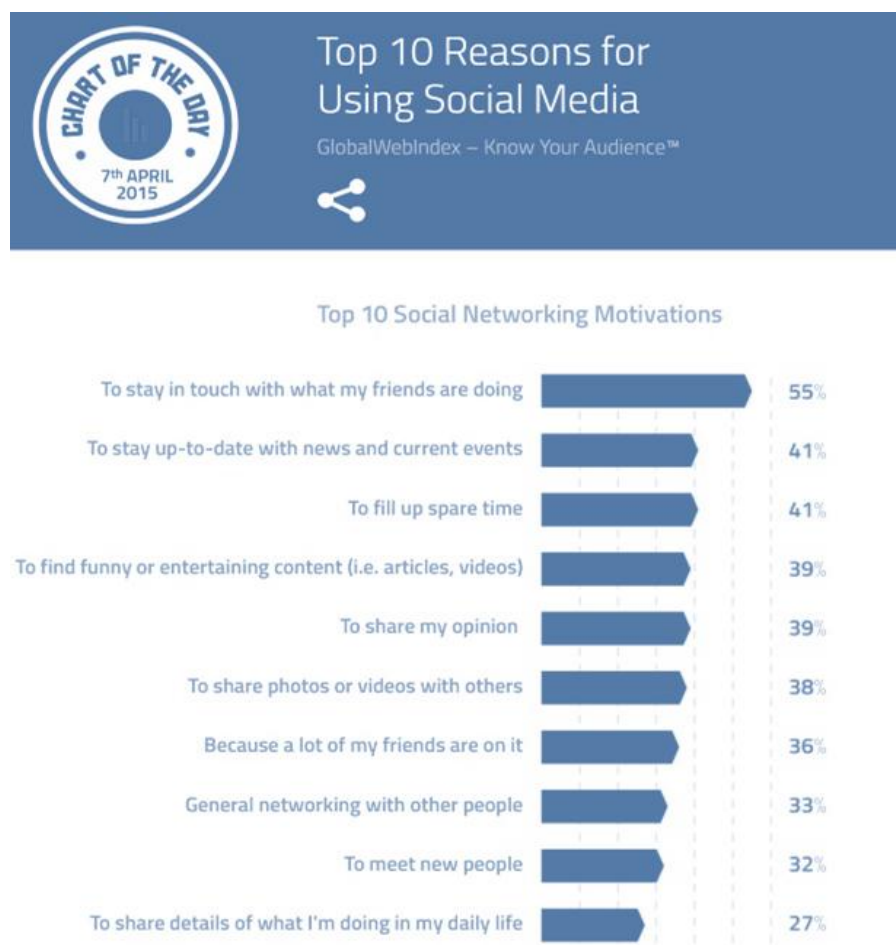
Ademais existe uma definição feita por Granovetter (1984) que podemos associar com vida digital. Ele explica que nas redes de “Laços Fortes” as interações não se estendem além dos clusters (grupo com atividades semelhantes), significa que não há muita troca com outros grupos e não há busca por outras referências. Já os indivíduos que possuem “Laços Fracos” se conectam com vários outros grupos

assumindo a configuração de rede social. No ciberespaço as conexões de laços fracos ou laços sociais são nitidamente presentes, quer dizer que essas relações funcionam como pontes entre grupos e quanto mais relações desse tipo existirem, mais troca e compartilhamento de conhecimento, mais inovação e mais interação haverá.

2.2 O que o público busca nas redes sociais

Um estudo feito pela Global Web Index (2015) revela que 55% dos usuários mundiais utilizam as redes sociais para saber o que os seus amigos estão fazendo, 41% utilizam as mídias para manter-se atualizado sobre os eventos e notícias do momento, a mesma quantidade de pessoas utiliza para passar o tempo, 39% está em busca de conteúdos de textos e vídeos e outra parcela de pessoas, nessa mesma porcentagem, gosta de usar as redes para compartilhar a própria opinião.

Imagem 3 – Razões para a utilização das redes sociais



Fonte: Global Web Index

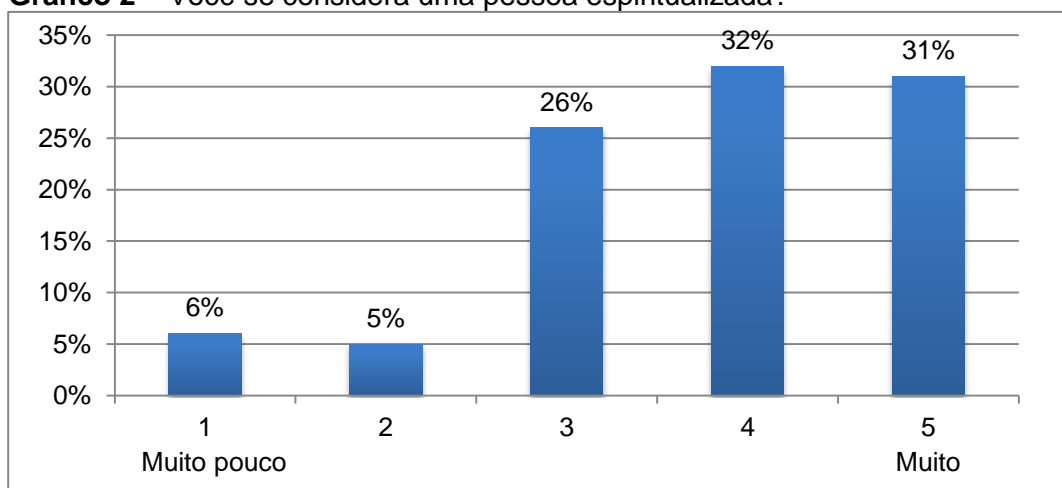
Com base no estudo apresentado, conclui-se que as pessoas decidem criar um perfil pessoal em uma rede social digital, primeiramente porque estão em busca de comunicação, de informação compartilhada, de troca de experiências e também porque procuram pertencimento a um grupo com interesses semelhantes.

Já os brasileiros utilizam a internet para gerar relacionamentos com as pessoas e compartilhar pensamentos. De acordo com pesquisa feita pela Análise Digital, aproximadamente 89% dos usuários usam a Web para socializar. Dentre os assuntos mais buscados estão: política, saúde e serviços do governo. Também buscam por música, filmes, esportes e religião.

Igualmente, as pessoas estão gradativamente em busca da espiritualização, ou seja, procuram uma forma de viver que traga bem-estar e paz interior, foi o que demonstrou o estudo de campo feito com cem pessoas usuárias da Web. Esse estudo, vide apêndice A, consistiu na elaboração de dez perguntas disponibilizadas via plataforma Google Form durante um mês, de 19 de agosto a 18 de setembro. O público que respondeu é variado, não houve a escolha específica de pessoas, o formulário foi compartilhado no Facebook e no WhatsApp para todos que quiseram contribuir com o artigo.

Nessa pesquisa, 63% das pessoas se consideraram espiritualizadas, sendo uma quantidade bastante expressiva e demonstra que os conteúdos que transmitem conhecimentos espirituais, promovem a auto-observação e incentivam as pessoas a viverem de forma mais humana e amorosa, têm tomado cada vez mais espaço na vida da população. No gráfico 2 estão disponíveis os dados gerais com as porcentagens de respostas.

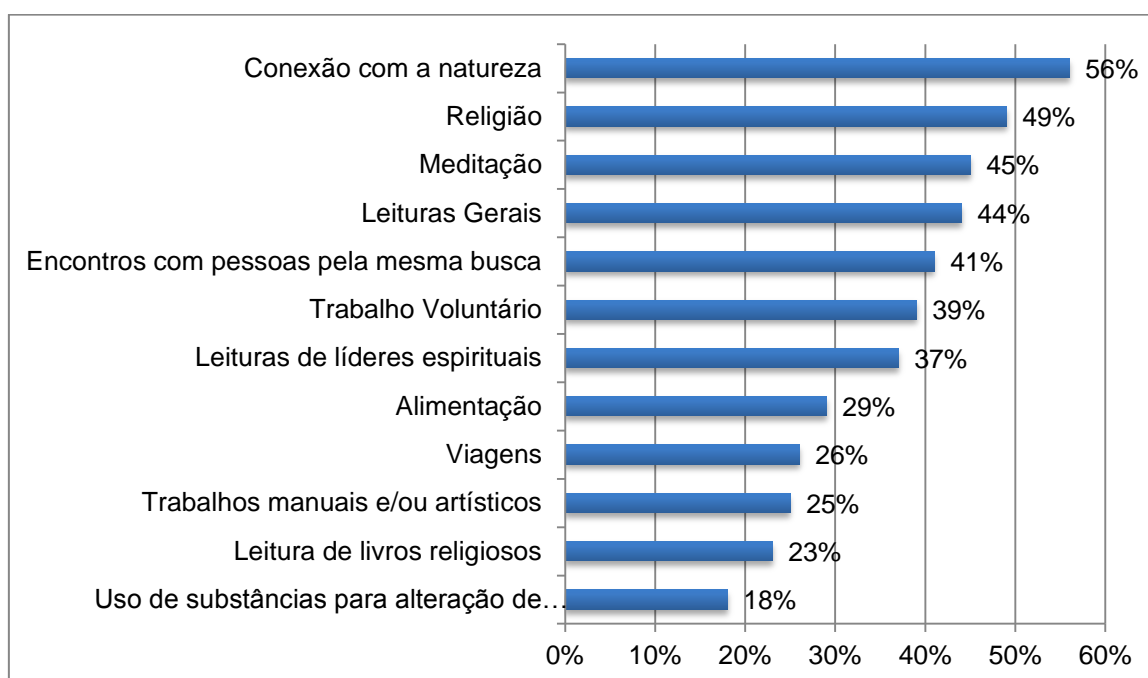
Gráfico 2 – Você se considera uma pessoa espiritualizada?



Fonte – Produzido pela autora do trabalho com os dados coletados em pesquisa de campo.

Na mesma pesquisa foi questionada a forma com que essas pessoas manifestam a própria espiritualidade, e dentre as diversas opções oferecidas na pergunta (vide gráfico 3), 44% optam por leituras gerais, 37% leituras de líderes espirituais e 41% diz encontrar-se com pessoas com o mesmo propósito.

Gráfico 3 - De que forma(s) você manifesta sua busca por espiritualidade?



Fonte – Produzido pela autora do trabalho com os dados coletados em pesquisa de campo.

A partir desses dados é possível mensurar o quanto as pessoas estão interessadas em leituras e que realmente buscam rapidamente por isso em seus smartphones, já que é o instrumento mais prático de acesso à internet e às redes sociais mais, de acordo com uma pesquisa feita ainda pela Global Web Index, recentemente.

3 REDES SOCIAIS E A ESPIRITUALIDADE

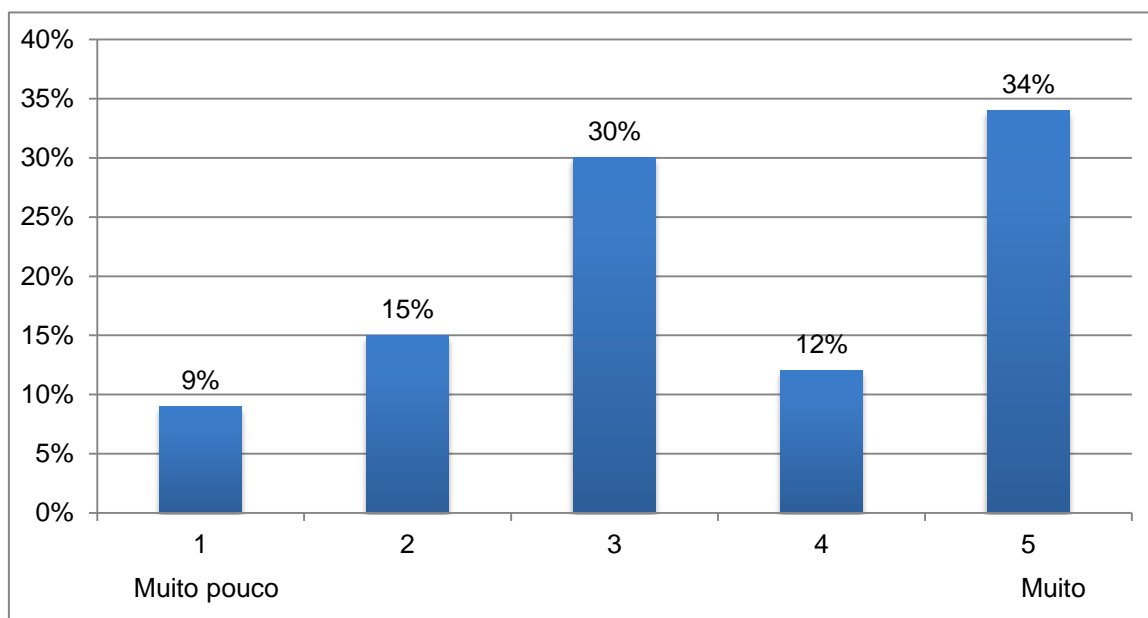
Vamos considerar que espiritualidade se refere a um propósito de vida, a crença em si mesmo e também pode ser traduzida, segundo Prem Baba (2005), como experiência da realidade e processo de despertar do sonho. A partir desse

conceito, entendemos que a disseminação da espiritualidade e o trabalho para despertar desse sonho para a realidade é bastante minucioso e gradual.

Giordano, da Sociedade Gnóstica Internacional, conta em entrevista disponível no apêndice B, que antigamente, quando a comunicação se dava através de panfletos e cartazes, não era apenas mais difícil transmitir ensinamentos, mas também era mais caro e menos ecológico. Além disso, havia o problema da falta de mobilidade, que acaba sendo o combustível para as redes sociais, tornando assim a resposta diante necessidade de comunicação rápida, honesta, lúdica, de baixo custo e acessível em qualquer lugar, permitindo o compartilhamento do saber e a aprendizagem colaborativa.

Perguntamos para os usuários das redes sociais sobre o quanto essas mídias podem contribuir para a busca pela espiritualidade e o resultado, ilustrado no gráfico 4, foi que 46% dessas pessoas consideram que são canais que realmente contribuem com os buscadores espirituais.

Gráfico 4 – Em sua opinião, o quanto as redes sociais podem contribuir para a busca por espiritualidade?



Fonte – Produzido pela autora do trabalho com os dados coletados em pesquisa de campo.

A partir das mídias online, os ensinamentos de Sri Prem Baba puderam ser disseminados a uma quantidade muito maior de pessoas, além de tornar essa comunicação muito mais didática e inteligível. Em uma semana, quase oitocentas

mil pessoas são alcançadas com as publicações da página oficial de Sri Prem Baba, há o envolvimento de mais de cem mil seguidores e até a data desta pesquisa, um pouco mais de duzentas mil curtidas na página (dados fornecidos pelo Facebook).

A internet entra como principal canal possibilitando que grupos se unam para compartilhar experiências e conhecimentos, e atua como uma personificação do mestre e contribui para que a interação guru/discípulo seja mais fácil através de ensinamentos em textos, vídeos, pílulas temáticas, áudios e até via transmissão ao vivo.

Outras páginas nas redes sociais que têm como tema a espiritualidade e que obtêm forte adesão e simpatia de seus seguidores são: o MOVA que conta com ensinamentos da Monja Coen da linhagem budista (presença no Facebook, Instagram e Youtube) e a SGI – Sociedade Gnóstica internacional (com site, YouTube e Facebook).

Algo em comum entre as plataformas de informação mencionadas é a utilização de vídeos em forma de aula ou palestra com temas específicos, alguns sugeridos pelos próprios seguidores. Segundo os publicadores do canal MOVA, criar conteúdos relacionados à religião e espiritualidade para internet é algo extremamente delicado, eles consideram que os vídeos publicados no canal têm a intenção de mudar o mundo e se descrevem como entusiastas da vida.

Como principal plataforma de mídia e compartilhamento de informações audiovisuais, o Youtube vem crescendo desde sua criação, em 2005, e ficou famoso por sua política editorial que sempre priorizou a democratização das ferramentas de distribuição audiovisual e a cultura colaborativa, já explicada anteriormente.

Sobre as redes sociais, a Sociedade Gnóstica Internacional entende que elas trazem a oportunidade através de uma imagem, frase, interação ou uma reflexão, para os usuários se conectarem espiritualmente com sua essência. Já o canal MOVA acredita que as redes sociais são capazes de comunicar ensinamentos de grandes mestres espirituais como qualquer outra mídia e que o objetivo deles é criar conteúdos que inspirem e mobilizem mudanças. Tanto a SGI quanto o MOVA trabalham com temas como uma espécie de gatilho para a busca espiritual profunda e pessoal de cada um, porém cabe aos seguidores e discípulos a verdadeira imersão diária nos conhecimentos mais densos.

3.1 Presença de Sri Prem Baba na internet

Sri Prem Baba é um guru brasileiro, nascido em São Paulo, fundador do movimento Awaken Love, que segue a linhagem de gurus hindus da Índia chamada Sachcha Baba. O seu propósito é estabelecer comunicações entre ocidente e oriente, ciência e espiritualidade, somando conhecimentos para a evolução de valores humanos, espirituais e sociais.

Culturalmente, no Brasil não é usual a escolha de um guru espiritual, a prática é mais comum em países orientais. Quando Sri Prem Baba recebeu a missão de levar conhecimentos para os brasileiros e ocidentais em geral, deparou-se com esse desafio. Para quebrar as barreiras culturais, conseguir atingir as pessoas e atuar positivamente no dia-a-dia delas foi preciso sensibilidade e adequação aos hábitos dos brasileiros.

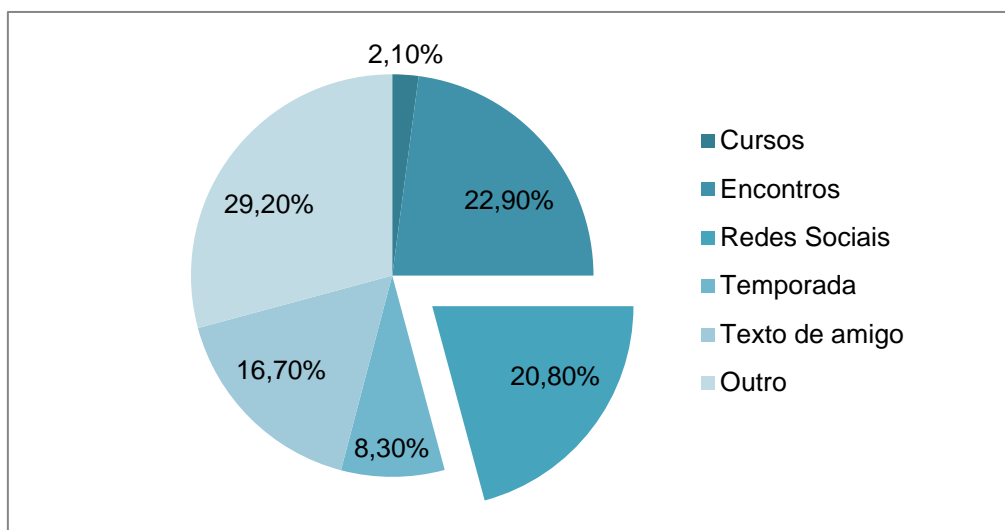
Vimos anteriormente que o Brasil é o país que mais utiliza as redes sociais na América Latina, o envolvimento da população na internet é bastante expressivo, portanto uma boa estratégia para se aproximar de seus seguidores e discípulos foi chegar a eles através da internet. As redes sociais permitem que as mensagens do guru cheguem de forma fiel e mais rápida às pessoas. O poder de compartilhamento dessas plataformas faz com que as informações sejam transmitidas e repassadas de maneira muito eficiente. Baba revela, em entrevista direcionada a esta pesquisa, que a intenção ao adentrar no mundo virtual foi acompanhar o movimento evolutivo, já que o mundo se comunica através das redes sociais. A partir da difusão dessas tecnologias de comunicação é possível, de acordo com ele, transmitir a essência da espiritualidade, como: amor, verdade, compaixão. Ele manifesta, ainda, que através do Facebook e de seu canal no YouTube, os buscadores espirituais podem conhecer seu trabalho e dar início aos estudos com ele que, mais tarde, poderão ser aprofundados presencialmente.

Outro diferencial das redes sociais, que contribui em benefício dos seguidores de Prem Baba, é o fato de essas mídias serem totalmente democráticas e permitirem o consumo de conteúdo por todos, conteúdos esses que são fiéis à mensagem dele e podem ser produzidos em vários formatos (áudio, vídeo, texto, imagem) alinhando-se à linguagem do ciberespaço. Além de estar presente nas redes sociais, Baba também possui um Website bem completo com informações

sobre ele e sua jornada, a linhagem de mestres que ele segue, os propósitos dele, informações sobre eventos, temporadas e retiros, mensagens diárias (flor do dia), mantras, vídeos, contato dos grupos regionais e transcrições das palestras.

No gráfico 5 é possível verificar que dentre as pessoas que responderam à pesquisa de campo, disponível no apêndice A, e conhecem Sri Prem Baba, 20% disseram tê-lo conhecido através das redes sociais, 16% o conheceram por terem recebido um texto da autoria de Prem Baba por um conhecido e os demais disseram que tomaram conhecimento do trabalho dele por outras formas como em satsangs, cursos e temporadas.

Gráfico 5 – Como conheceu o trabalho de Sri Prem Baba?



Fonte – Produzido pela autora do trabalho com os dados coletados em pesquisa de campo.

Os seguidores de Prem Baba na internet que deram sua opinião sobre a relevância de seu trabalho nas redes sociais, considerando que 35% dos que responderam ao questionário revelaram acessar diariamente as publicações das plataformas online de Baba, disseram que os conteúdos publicados influenciam positivamente as pessoas, pois são conteúdos que auxiliam na expansão da consciência e autoconhecimento, também por transmitirem mensagens bonitas que ajudam a enfrentar o dia. A pesquisa reuniu diversas respostas que corroboram para o sucesso da existência e presença ativa do líder espiritual nas redes sociais. Vale a pena conferir algumas delas na íntegra:

“O Facebook e o Youtube são as principais ferramentas online de disseminação de conteúdo hoje em dia, não seria diferente em relação à espiritualidade, tanto como opção para quem não pode estar presente pessoalmente, seja pela distância ou pelos horários, quanto para aqueles que querem ainda mais conteúdo.”

“Nos dias de hoje, quando o mundo virtual nos permite acessar materiais e pessoas, que talvez pessoalmente sejam mais difícil. Eu acho que as mensagens de amor de tocam quem as recebe, por isso eu as compartilho e às vezes envio especificamente para algum amigo que sei estar precisando.”

“Sempre que um líder religioso se dispõe a compartilhar mensagens, seja de religiosidade ou ate mesmo de autoajuda, abrange uma quantidade muito grande de pessoas e certamente algumas serão tocadas. Fora que as redes sociais funcionam como meio de comunicação em massa, onde os ensinamentos abrangem várias pessoas e pessoas que nunca ouviram falar sobre, passam a conhecer. É uma forma de plantar bons (e maus) frutos. As mensagens de ajuda, autoconhecimento etc. Também contribuem para quebrar a corrente de tanta negatividade que corre pelas redes sociais.”

“O líder humanitário Sri Prem apoia promove palestras e encontros voltados para o autoconhecimento e sustentabilidade e a humanidade está carente deste tipo de conhecimento. Por ser uma liderança carismática é bastante relevante a sua atuação neste contexto.”

“Acho que a presença de Sri Prem Baba nas redes sociais é muitíssimo importante para aumentar o acesso aos seus ensinamentos. Tanto para que uma maior quantidade de pessoas tenha acesso quanto você poder acessá-los em qualquer hora ou local.”

3.2 Análise da página no Facebook

Os seguidores são, em sua maioria, mulheres de 25 a 44 anos, sendo elas também as campeãs de envolvimento (curtidas, comentários e compartilhamentos). Apesar dos mais de duzentos mil seguidores se concentrarem no Brasil, sendo esses mais de cento e oitenta mil, há também a presença de seguidores de outros países como: Portugal, Estados Unidos, Argentina, Austrália, Espanha, Índia, Indonésia, Reino Unido e França.

As publicações da página Sri Prem Baba são diárias, todos os dias iniciam com um ensinamento diferente de Baba, intitulado de “Flor do Dia”, traduzido em três idiomas: português, inglês e espanhol. Essas postagens sempre têm bastante envolvimento dos seguidores e leitores, muitas pessoas utilizam a funcionalidade de marcação de outras pessoas nos comentários para compartilhar com seus amigos ou então compartilham em suas próprias páginas. A Flor do Dia é uma forma de manter vivo o processo de despertar espiritual e também contribui

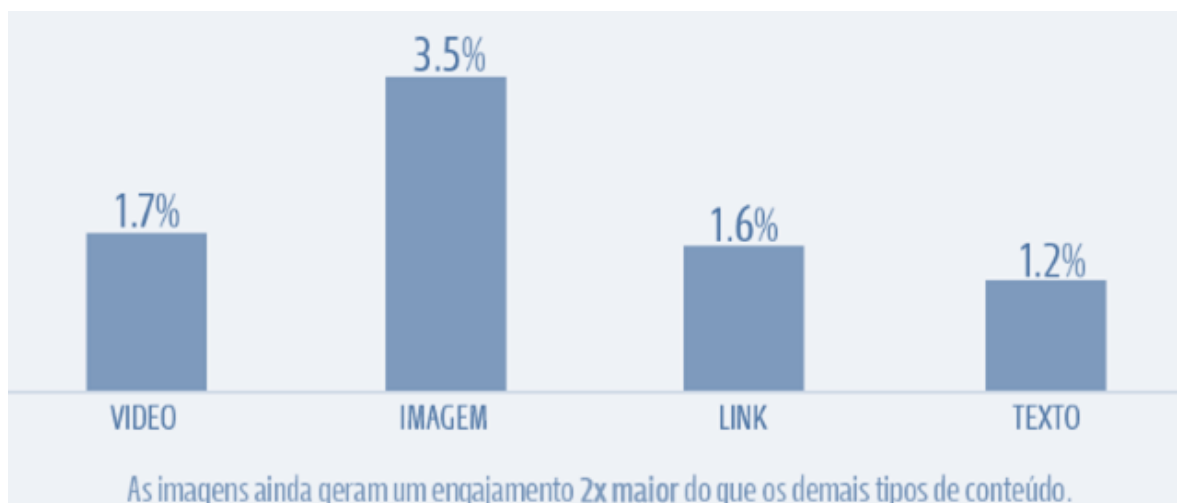
para que as pessoas comecem o dia com um texto significativo que ajude a enfrentar os desafios da vida e reforçar a importância do amor altruísta.

Além da Flor do Dia, são postados, na página do Facebook, vídeos de palestras completas e pílulas temáticas, imagens contendo divulgação de eventos, cursos, etc., e fotos de eventos realizados. Dentre esses, o índice de envolvimento e alcance são maiores nas postagens com vídeos e textos (como a Flor do Dia). Baba conta que tudo que é veiculado, em seus canais oficiais, o representa, pois são conteúdos fiéis à mensagem dele.

Segundo Allan Peron, em seu infográfico, imagens geram mais engajamento que as outras formas de publicação de conteúdo. Essa informação pode ser verificada nas postagens na página de Sri Prem Baba no Facebook, pois o maior número de curtidas e manifestações de vários tipos se dá em maior número nas publicações com imagem, inclusive a nova estratégia dos posts da “Flor do Dia” trata-se de textos em imagens. A reação do público, diante da mudança, foi positiva.

Nas imagens que se seguem é possível visualizar a pesquisa do infográfico de Allan Peron e diversas publicações na página oficial de Sri Prem Baba no Facebook.

Imagem 4 – Conteúdo x Engajamento



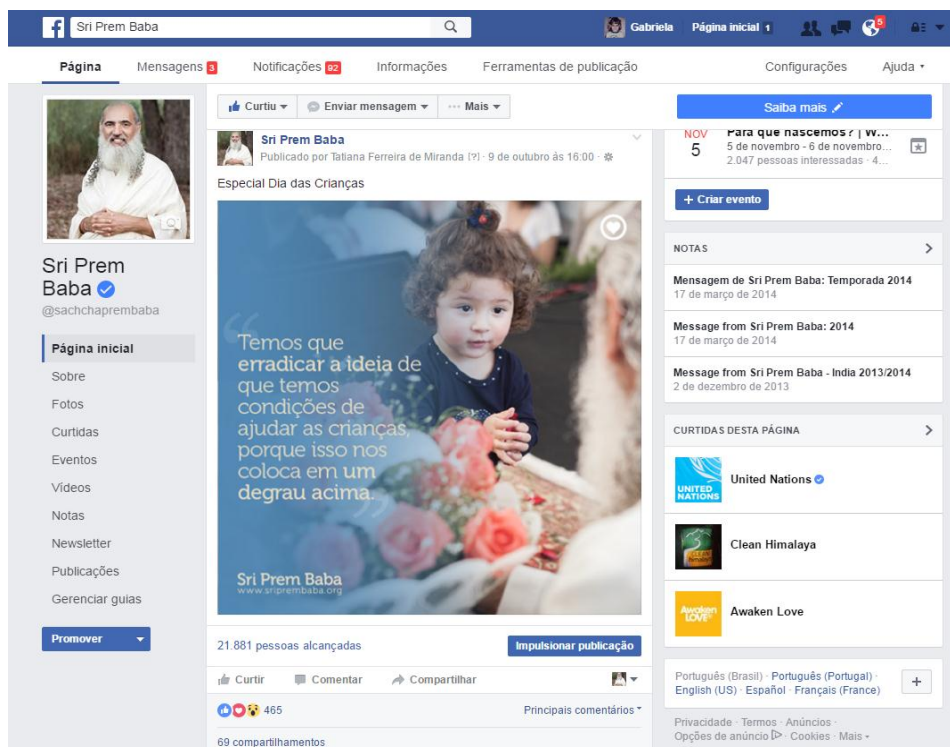
Fonte: Allan Peron Infográfico

Imagem 5 – Flor do Dia da página oficial de Sri Prem Baba no Facebook



Fonte: Facebook

Imagem 6 – Imagem da página oficial de Sri Prem Baba no Facebook



Fonte: Facebook

Imagem 7 – Vídeo da página oficial de Sri Prem Baba no Facebook



Fonte: Facebook

A equipe que trabalha com as mídias sociais oficiais de Prem Baba é voluntária e de acordo com ele é um pessoal que se dedica e tenta ao máximo adaptar a evolução dos processos tecnológicos, pois tudo que está relacionado com a comunicação digital evolui extremamente depressa. Ele disse, na entrevista, que sua equipe tem o DNA das transformações constantes, mas que mesmo assim há desafios, e acrescenta que pretende ampliar o quadro de colaboradores para gerar ainda mais conteúdos e cada vez mais acessíveis, sem perder o ritmo imposto pela internet.

3.3 Análise do canal no YouTube

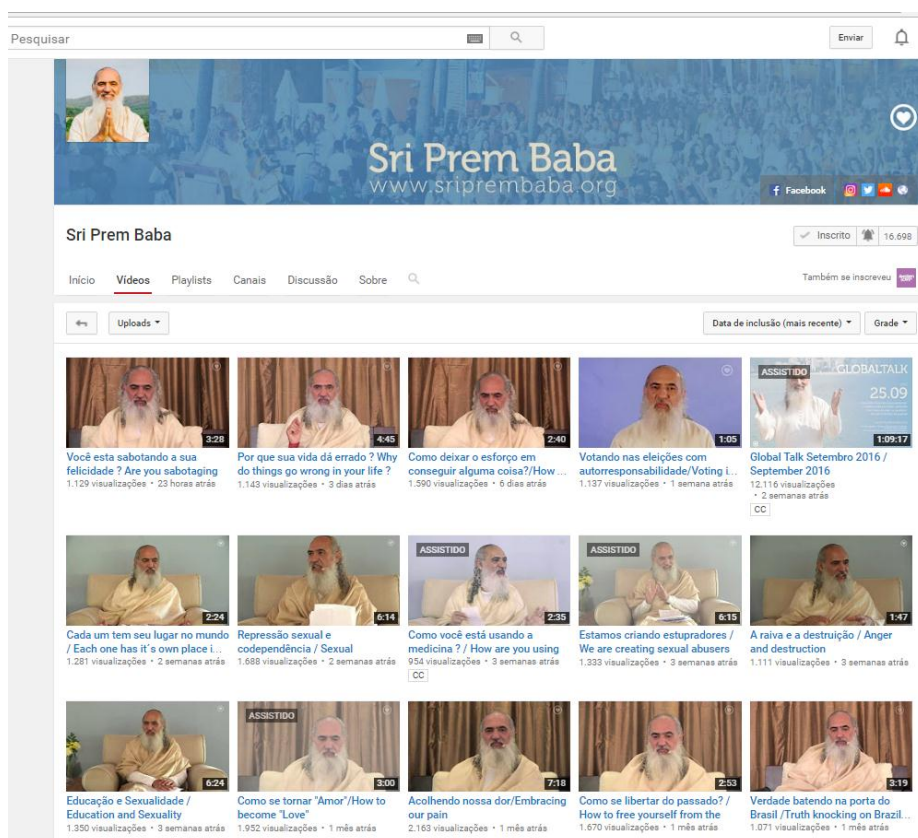
No YouTube, o canal de Sri Prem Baba, criado em 2010, com mais de dezesseis mil inscrições, possui mais de cem vídeos publicados e mais de oitocentas mil visualizações. Os vídeos têm características distintas podendo ser satsangs (palestras) presenciais completos ou em trechos temáticos, transmissões ao vivo, eventos realizados com a presença de Baba, vídeos promocionais de

campanhas, temporadas ou específicas para outros assuntos relacionados ao Awaken Love.

A coordenadora da equipe de mídias digitais, Tatiana Ferreira de Miranda, disse, via fone, que o formato dos vídeos está passando por uma reformulação. Há pouco tempo inauguraram as pílulas temáticas, que são pequenos vídeos extraídos de palestras com assuntos específicos. Ela acrescentou ainda que a ideia é ouvir o que o público está pedindo, qual a necessidade do momento ou se há algum assunto de cunho nacional, e construir, a partir dessa demanda, pequenos vídeos ou publicar trechos que contemplem o tema.

Para exemplificar, segue abaixo a imagem do canal Oficial de Sri Prem Baba no YouTube onde aparecem as pílulas temáticas.

Imagem 8 – Canal oficial de Sri Prem Baba no YouTube



Fonte: YouTube

Uma relevante iniciativa de Prem Baba juntamente com a equipe do Awaken Love, foi a criação do Global Talk (antigo Global Satsang). Trata-se de um

encontro virtual mensal que ocorre sempre no último domingo do mês às 15h30 (horário de Brasília). Nesse encontro gratuito, Baba fala sobre seus ensinamentos e mantém viva a missão de despertar o amor em si e em todos. A transmissão é feita via canal do YouTube e a íntegra da palestra fica disponível gratuitamente para quem quiser acessar. É interessante destacar também que alguns grupos se reúnem em cidades distintas para assistirem à transmissão, juntos.

Para complementar o assunto, foi incluída, na pesquisa de campo, uma questão sobre o Global Talk. A maioria respondeu que não conhece ou não assiste à transmissão mensal, porém os que disseram acompanhar esse trabalho manifestaram contentamento e gratidão. Algumas pessoas escreveram ainda sobre a importância por ser livre e gratuito o acesso via internet e pela praticidade de poder rever a palestra no próprio YouTube. Interessante expor também a resposta de uma pessoa que disse promover eventos na Escola do Coração em Brasília (local onde são realizados encontros e cursos para o sangha – comunidade espiritual em sânscrito) para reunir as pessoas no dia e horário de transmissão do Global Talk e poder também cantar os mantras e outras canções de elevação espiritual, além de ser um momento para rever amigos e renovar os votos espirituais.

Neste ano, o Google transmitiu uma videoconferência ao vivo com Sri Prem Baba via Hangout (plataforma de troca de mensagens instantâneas e vídeos, desenvolvida pelo Google), com a participação de crianças e seus educadores de vários lugares que puderam fazer perguntas para Baba sobre a importância do silêncio e da meditação para o desenvolvimento da consciência e de qual maneira pode-se fazer uso dessas práticas no dia-a-dia na sala de aula. Isso é fruto da ação “Meditação nas Escolas” onde Baba convida os estudantes a fazerem pelo menos um minuto de silêncio por dia com o intuito de instituir, desde cedo, a importância de aquietar a mente através da meditação.

Quando questionado na entrevista sobre os *feedbacks* que costuma receber, Prem Baba respondeu que recebe diversas mensagens, mas em geral o público demonstra gratidão pelo compartilhamento do conteúdo através das redes sociais, pois são transmissões de conhecimentos que alimentam a vontade de conexão com a verdadeira essência, em particular àqueles que estão longe geograficamente.

3.4 Análise do canal no SoundCloud

O SoundCloud é uma plataforma virtual de áudio e possibilita o acesso via desktop e também por aplicativo para dispositivos móveis, o que facilita bastante a busca e a navegação pelas páginas e áudios.

A atuação de Prem Baba nessa mídia é muito relevante e diferenciada, pois são publicados áudios completos em dois idiomas dos satsangs (palestras) das temporadas e áudios das pílulas publicadas no YouTube. São mais de mil e novecentos seguidores e mais de cento e trinta faixas de áudios publicadas.

Imagem 9 – Canal oficial de Sri Prem Baba no SoundCloud

The screenshot shows the SoundCloud profile of Sri Prem Baba. The header features a circular profile picture of Sri Prem Baba and a large banner image of a crowded satsang. Below the header, there are navigation tabs: 'Tudo', 'Faixas', 'Álbuns', 'Playlists', and 'Replicações'. The 'Tudo' tab is selected. The main content area displays two featured audio tracks: 'Satsangs Alto Paraíso 2016' and 'Satsangs 2016 India season'. Each track has a list of individual audio files with their titles and play counts. On the right side, there is a sidebar with statistics: 1,914 followers, 1 following, and 138 tracks. It also includes a bio of Sri Prem Baba and links to his official website and social media profiles.

Fonte: SoundCloud

4 CONCLUSÃO

O estudo demonstrou que, com o avanço tecnológico e forte adesão do público, as redes sociais são plataformas altamente relevantes para o desenvolvimento pessoal e espiritual, pois oferecem diversas formas de publicação de conteúdo (texto, vídeo, áudio e imagem) e ainda permitem aos usuários a possibilidade de manifestação de opinião, compartilhamento e a própria construção de matérias. Portanto, a correlação sugerida pelo trabalho entre espiritualidade e tecnologia foi alcançada ao demonstrar que são pilares complementares e não mais concorrentes. Além disso, essas mídias favorecem a criação de laços entre pessoas com interesses semelhantes e a aproximação delas com ensinamentos e conhecimentos de valores milenares.

Durante a condução das reflexões e conversa com as pessoas que contribuíram com as entrevistas, a reação dos entrevistados perante o tema proposto ao estudo foi extremamente otimista. Houve comentários sobre a importância do assunto e elogios sobre a direção das pesquisas. Sri Prem Baba, Giordano, da Sociedade Gnóstica Internacional, e os publicadores do MOVA expressaram satisfação por possuírem canais de comunicação tão poderosos para disseminar conhecimentos como as redes sociais e consideraram que seria muito mais desafiador a execução do trabalho espiritual com a população se não houvesse a internet popularizada.

De acordo com as informações adquiridas na a pesquisa de campo, descrita no apêndice A, sobre a diferença que a presença de Sri Prem Baba tem no dia-a-dia, foi possível observar vários depoimentos positivos mencionando que as mensagens diárias realmente contribuem para que o dia comece de forma diferente, pois os poucos minutos gastos com a leitura possibilitam uma reflexão revigorante, por ajudar a compreender certas emoções e lidar com elas de forma mais saudável, também por auxiliar a enfrentar situações diárias. Algumas pessoas citaram a importância dos vídeos pequenos e dos satsangs completos disponibilizados no YouTube e publicados no Facebook, por propiciar o estudo de si mesmo de um jeito prático e didático. O SoundCloud também foi citado e valorizado por conter materiais de rápido acesso que as pessoas podem consumir enquanto fazem qualquer outra coisa.

Conforme os resultados da pesquisa e das entrevistas realizadas, o presente artigo conclui que a utilização das redes sociais como meio de comunicação e disseminação de conhecimentos de cunho espiritual, é totalmente viável e contribui para a quebra de barreiras culturais e geográficas, dando a oportunidade de todos que possuem acesso à internet possam se aproximar dos conteúdos publicados. Ainda é possível concluir que, por meio das plataformas populares, juntamente com a adaptação à linguagem do público e a sensibilidade em perceber a necessidade dos seguidores dessas mídias, a aceitabilidade do público diante dos temas propostos e, por consequência, a vontade gerada nessas pessoas em continuar aprendendo e desenvolvendo habilidades de carácter espiritual, se torna realizável, dando força ao trabalho dos líderes e mestres espirituais e facilitando na disseminação de seus conhecimentos.

SPIRITUALITY AND NETWORKS: An analysis of the presence of Sri Prem Baba on the Internet

ABSTRACT

This article aims to make a connection between social networks and spirituality. For this we used the theoretical research method of authors related to digital marketing, field research was applied to Internet users and interviews were conducted with Sri Prem Baba, with the coordinator of the International Gnostic Society and publisher of the Channel MOVA. Our intention is to demonstrate that social networks and general internet act as facilitators of religion in people's lives and contribute to common interest groups to unite in support of spiritualization and self-knowledge, and are essential tools for the proper conduct of the mission received and the work done by Prem Baba.

Keywords: Sri Prem Baba. Religion. Spirituality. Social networks.

REFERÊNCIAS

LÉVY, P. Trad. Carlos Irineu da Costa. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.

Sri Prem Baba, página oficial no Facebook. Disponível em <<https://www.facebook.com/sachchaprembaba>>. Acesso em: 10 out.2016.

Sri Prem Baba, canal oficial no YouTube. Disponível em <<https://www.youtube.com/OfficialPremBaba>> Acesso em: 10 out.2016.

Sri Prem Baba, página oficial no SoundCloud. Disponível em <<https://soundcloud.com/sri-prem-baba>>. Acesso em 10 out.2016.

Site oficial de Sri Prem Baba. Disponível em <<http://www.sriprembaba.org/>>. Acesso em: 10 out.2016.

Satsang de 03 set.2015. Disponível em <<http://www.sriprembaba.org/satsang/satsang-03-09-15-sri-prem-baba-alto-paraiso-de-goias>>. Acesso em 13 set.2016.

Redação Olhar Digital. Veja os motivos pelos quais as pessoas usam redes sociais. Disponível em <<http://olhardigital.uol.com.br/pro/noticia/veja-os-motivos-pelos-quais-as-pessoas-usam-redes-sociais/47855>> Acesso em 14 set.2016.

COEHN, David. INFOGRAPHIC: Top 10 Reasons for Using Social Networks. Disponível em <<http://www.adweek.com/socialtimes/infographic-gwi-top-10-reasons-social-networks/618388>> Acesso em 14 set.2016.

Facebook. Levantamento mais recente, realizado no último trimestre de 2014, mostra que a presença de brasileiros no Facebook não para de crescer. Disponível em <<https://www.facebook.com/business/news/BR-45-da-populacao-brasileira-acessa-o-Facebook-pelo-menos-uma-vez-ao-mes>>. Acesso em 14 set.2016.

Redação Contentools. As 6 redes sociais mais populares do momento. Disponível em <<http://contentools.com.br/marketing-de-conteudo/as-6-redes-sociais-mais-populares-do-momento/>>. Acesso em 15 set.2016.

Peron, Allan. Infográfico, Facebook Marketing. Disponível em <<http://www.allanperon.com.br/wp-content/uploads/2016/05/allan-peron-infografico-facebook-marketing-2016-alta-resolucao.png>>. Acesso em 16 set.2016.

Statista. Most famous social network sites worldwide as of September 2016. Disponível em <<http://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users>>. Acesso em 16 set.2016.

PONDÉ, Luiz Felipe. Vídeo: Religião e Mídia - Espiritualidade no Mundo Moderno. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=AMLFRzo8shg>>. Acesso em 29 set.2016.

Redação IDGNOW. Brasil lidera com folga o uso de redes sociais na América Latina. Disponível em <<http://idgnow.com.br/internet/2016/07/01/brasil-lidera-com-folga-o-uso-de-redes-sociais-na-america-latina/>>. Acesso em 27 set.2016.

Redação TudoCelular. Brasil será o país com mais acessos em redes sociais da América Latina. Disponível em <<http://www.tudocelular.com/android/noticias/n73547/brasil-redes-sociais-america-latina.html>>. Acesso em 27 set.2016.

OLIVEIRA, André Jorge. Como a internet das coisas vai atropelar o capitalismo. Disponível em <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2015/02/como-internet-das-coisas-vai-atropelar-o-capitalismo.html>>. Acesso em 27 set.2016.

OTONI, Ana Clara. Brasileiros gastam 650 horas por mês em redes sociais. Disponível em <<http://blogs.oglobo.globo.com/nas-redes/post/brasileiros-gastam-650-horas-por-mes-em-redes-sociais-567026.html>>. Acesso em 27 set.2016.

BANKS, Alex. Relatório: O Futuro Digital do Brasil em Foco. Disponível em <<http://pt.slideshare.net/marketingimob/relatorio-o-futuro-digital-do-brasil-em-foco>> Acesso em 29 set.2016.

RIELO, Adilson. Redes sociais e seus potenciais para personalização. Disponível em <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/redes-sociais-e-seus-potenciais-para-personalizacao/>>. Acesso em 29 set.2016.

Redação AnáliseDigital. Quais são as redes sociais mais usadas no Brasil. Disponível em <<http://analise.digital/blog/informacao/quais-sao-as-redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em 29 set.2016.

APÊNDICE A – Pesquisa aos usuários de redes sociais

Estudo acadêmico de pós-graduação em Marketing Digital: Obrigado por contribuir com nossa pesquisa.

Parte I - Espiritualidade nas Redes Sociais

1. Você se considera uma pessoa espiritualizada?

Classificar de 1 (muito pouco) a 5 (muito)

2. De que forma(s) você manifesta sua busca por espiritualidade?

- ☐ Religião
- ☐ Leituras gerais
- ☐ Leitura de livros religiosos
- ☐ Leitura de líderes espirituais
- ☐ Meditação
- ☐ Alimentação
- ☐ Trabalho voluntário
- ☐ Viagens
- ☐ Conexão com a natureza
- ☐ Uso de substâncias para alteração de consciência
- ☐ Encontros com pessoas pela mesma busca
- ☐ Trabalhos manuais e/ou artísticos

3. Em sua opinião, quanto as redes sociais podem contribuir para a busca por espiritualidade?

Classificar de 1 (muito pouco) a 5 (muito)

4. Você conhece o Sri Prem Baba?

Sim ou Não

Parte II - Sri Prem Baba nas Redes Sociais

5. Como conheceu o trabalho de Sri Prem Baba?

- ☐ Cursos do movimento Awaken Love

- Encontros (satsangs) com ele
- Por suas redes sociais oficiais
- Temporada ou retiro com ele
- Recebi um texto por amigos
- Fui marcado em alguma publicação em redes sociais
- Other:

6. Com qual frequência você acompanha algum canal oficial de Sri Prem Baba (Facebook, Instagram, YouTube)?

- Diariamente
- 3 vezes por semana
- Nos finais de semana
- Poucas vezes no mês
- Quase não acesso
- Nunca acesso

7. Em sua opinião, qual é a relevância da presença de Sri Prem Baba em redes sociais como Facebook, Instagram e YouTube para compartilhamento de ensinamentos? Este tipo de conteúdo pode influenciar positivamente pessoas que você conhece? (Caso não concorde comente também, por favor).

8. De que forma os canais de Sri Prem Baba na internet (Facebook, Instagram e YouTube) tem ajudado em seu dia-a-dia? Como você acredita que poderia contribuir de forma mais significativa?

9. Você assiste ao Global Talk, o encontro mensal gratuito, transmitido via internet por Sri Prem Baba? Em caso positivo, qual sua opinião sobre essa iniciativa?

10. Você conhece alguém que, a partir dos ensinamentos transmitidos por Prem Baba nas redes sociais, teve seu comportamento positivamente influenciado ou teve processo de depressão amenizado? Em caso positivo comente, por favor.

APÊNDICE B – Entrevista com Giordano Cimadon da Sociedade Gnóstica Internacional

1. Qual o objetivo da SGI no Facebook e YouTube?

O objetivo geral da SGI no Facebook e no YouTube é aproximar o conhecimento gnóstico das pessoas, pois entendemos que a conectividade cresce a cada dia. Além disso há alguns objetivos específicos que são (a) divulgar atividades institucionais, (b)E como conectar pessoas e (c) ampliar e aprofundar a cultura gnóstica.

2. Vocês consideram que as redes sociais são veículos que realmente podem levar a espiritualidade para o dia-a-dia das pessoas?

Entendemos que as redes sociais podem levar aos usuários uma oportunidade de se conectarem espiritualmente com sua essência, e esta oportunidade pode vir como uma imagem, uma frase, uma interação, uma reflexão. Mas será apenas uma oportunidade se a própria pessoa não encontrar em sua própria intimidade esta conexão.

3. Nos dias de hoje, diante de tanta correria, tanto desamor, crise econômica e moral dos governantes, qual o desafio ao disseminar ensinamentos tão grandiosos?

Nas redes sociais tudo é polarizado e potencializado. Ensinamentos espirituais podem causar efeitos positivos na vida das pessoas, mas também podem ser mal-interpretados e usados de maneira superficial ou como pretexto para a intolerância, o ódio, a discriminação e a rivalidade entre pessoas. Exatamente o contrário do que buscamos.

4. O que vocês costumam receber de feedback dos seguidores de suas redes?

Costumamos receber todo tipo de manifestação de apoio de nossos seguidores, e também depoimentos que mostram como os ensinamentos gnósticos transformaram suas vidas.

5. Sem a tecnologia das redes sociais, vocês consideram que seria mais difícil levar ao conhecimento das pessoas os ensinamentos propostos?

Sou do tempo em que a divulgação acontecia por meio da entrega de panfletos e da afixação de cartazes, e posso dizer que não só seria mais difícil de levar às pessoas estes ensinamentos, como mais caro e menos ecológico. Nestes últimos quatro anos de intensas e ininterruptas atividades não usamos nenhum material impresso para divulgar as nossas atividades.

6. Como nós, ocidentais, temos recebido ensinamentos gnósticos? Há algum tipo de resistência por serem ensinamentos incomuns no Brasil?

Temos entendido que a GNOSIS é uma experiência mística de encontro cognoscente com a divindade, e que todo ser humano já experimentou esta vivência, que se manifesta como uma estranheza diante do mundo que nos cerca, uma angústia diante das falhas que carregamos em nosso mundo interior e de uma saudade transcendente daquele lugar de onde nossa verdadeira identidade espiritual - nosso Ser - um dia esteve. Procuramos acessar nas pessoas esta experiência que é atemporal e que não é determinada pela cultura. Basta usar a linguagem apropriada e os ensinamentos não parecem incomuns.

7. Os seguidores das redes sociais costumam ser pessoas mais abertas à diferentes pensamentos?

Sim, este é o perfil dos seguidores da Sociedade Gnóstica.

8. Vocês consideram que atualmente as pessoas têm procurado mais o crescimento espiritual?

Sim, pois é nos tempos de crise em que vivemos que estes ensinamentos que levam ao crescimento espiritual são vistos pelas pessoas como necessários.

9. Qual o perfil dos seguidores da SGI?

É muito diverso, porque a urgência espiritual não escolhe idade, sexo, nível de instrução, posição social ou classe econômica para se manifestar.

10. Considerações livres: se quiserem, podem fazer qualquer outra consideração sobre o assunto.

Apenas fazer uma referência a um texto importante de nossa tradição, redigido no ano de 1977 e intitulado Tecnotrônica Gnóstica, onde o fundador de nossa Tradição Gnóstica na contemporaneidade ressalta a importância do uso de modernos meios audiovisuais para difundir os ensinamentos e permitir a interação entre as pessoas e os temas pelos quais elas mais se interessam. O texto em espanhol pode ser acessado a partir de amanhã a tarde neste link: <http://www.sgi.org.br/gnosticismo-2/tecnotronica-gnostica>

APÊNDICE C – Entrevista com colaboradores do MOVA

1. Qual o objetivo central do MOVA (Facebook e YouTube)?

O objetivo do Canal MOVA é criar conteúdos que inspirem e mobilizem mudanças. Procuramos abraçar a luz e a sombra de questões que todos nós temos ao nos relacionarmos com nós mesmos, com o outro e com o mundo, e proporcionar ferramentas que auxiliem numa maior compreensão das

relações entre parte e todo, o que significa conectar o conhecimento de grandes mestres e a experiência real de pessoas a questões da vida prática com as quais todos nós nos deparamos.

O objetivo é construir uma multiplataforma de conteúdo, integrada entre produtores, público e parceiros.

2. Vocês consideram que as redes sociais são veículos que realmente podem levar a espiritualidade para o dia-a-dia das pessoas?

Sim, no sentido de que ser capaz de comunicar ensinamentos de grandes mestres espirituais, assim como qualquer outro veículo de mídia. E não, no sentido de que a verdadeira espiritualidade é exercida no dia-a-dia de cada um, e não pelo simples fato de consumir um conteúdo relacionado.

O contato com o conteúdo através das redes sociais deveria ser um gatilho de uma busca profunda e pessoal, e não terminar nele mesmo.

3. Nos dias de hoje, diante de tanta correria, tanto desamor, crise econômica e moral dos governantes, qual o desafio ao disseminar ensinamentos tão grandiosos?

Não há desafio em disseminar. As pessoas estão com sede desses ensinamentos, diante de todas essas dificuldades que temos enfrentado no mundo. O desafio é fazer isso sem perder a integridade do conteúdo, e ainda conseguir passar essa integridade para o público que consome o vídeo, para que ele não receba o conteúdo de forma vazia.

4. O que vocês costumam receber de feedback dos seguidores de suas redes?

Apenas mensagens de agradecimento, gratidão, relatos de como os vídeos mudaram a vida das pessoas, de como eram exatamente as palavras que estavam precisando naquele momento. Muitas pessoas se abrem, contam suas histórias e desabafam. E fazem perguntas, muitas perguntas, direcionadas à Monja.

5. Sem a tecnologia das redes sociais, vocês consideram que seria mais difícil levar ao conhecimento de diferentes pessoas com suas diferentes crenças, os ensinamentos propostos?

Com certeza. Acreditamos que o uso das redes democratiza os ensinamentos. Apesar da Monja ser budista, recebemos muitas mensagens de pessoas que seguem outras religiões e que se identificam com a fala da Monja porque é uma fala muito respeitosa e universal.

6. Como nós, ocidentais, temos recebido ensinamentos como os da Monja Coen? Há algum tipo de resistência por serem ensinamentos tão distantes à nossa cultura?

Nenhuma resistência. Como disse, recebemos apenas mensagens de agradecimentos e relatando o quanto as palavras da monja “conversam com o coração” das pessoas. Ela tem uma fala muito universal e respeitosa, totalmente assimilável pela nossa cultura ocidental. Ela fala sobre assuntos muito próximos da vida das pessoas, sob a perspectiva do budismo. Ela aproxima o budismo dessa nossa experiência ocidental. Não há nenhum conflito.

7. Os seguidores das redes sociais costumam ser pessoas mais abertas à diferentes pensamentos?

Sim e não. Há uma certa abertura para o conteúdo da Monja, como eu disse. Mas o nosso Canal não se restringe ao conteúdo feito em parceria com a Monja. Quando lançamos uma série sobre política, chamada OUTRO BRASIL, por exemplo, por mais que o conteúdo fosse neutro e tivesse uma intenção propositiva e não de levantar bandeiras ideológicas, recebemos alguns comentários muito radicais, dizendo por exemplo que não deveríamos misturar a Monja com esse outro tipo de conteúdo, o que consideramos uma visão muito fechada.

8. Vocês consideram que atualmente as pessoas têm procurado mais o crescimento espiritual?

Consideramos que as pessoas têm procurado mais “auto-ajuda” do que crescimento espiritual. Principalmente nas redes. O crescimento espiritual é algo muito mais profundo e poucas pessoas estão realmente dispostas a isso. Uma parte das pessoas têm um envolvimento real com o conteúdo e com a relação que isso tem com a vida delas, mas a maioria apenas **consome** o conteúdo no sentido mais de “auto-ajuda”, como eu falei.

9. Qual o perfil dos seguidores do MOVA?

Nosso público é em sua maioria de mulheres, entre 25 a 40 anos. A maioria é de São Paulo e Rio de Janeiro, mas tem uma boa distribuição pelos outros Estados.

10. Considerações livres:

Criar conteúdos relacionados à religião e espiritualidade para internet é algo extremamente delicado. No nosso caso, o budismo é uma tradição milenar, que está sendo consumida como “auto ajuda” e perde um pouco a sua integridade no que diz respeito à sua ancestralidade e à real prática e comprometimento com a doutrina. Por isso, nós buscamos fazer o conteúdo com a maior integridade possível, sempre atentos a como o público está respondendo para não nos perdemos e não desvalorizarmos a tradição budista. Estamos sempre repensando o canal em sua estratégia e na forma de propor o conteúdo ao público. Estamos estruturando uma ideia de fazer debates com o público, em que seja discutida a forma de se relacionar com a espiritualidade nas redes, para abrir a mente do próprio público sobre a forma como eles se relacionam com o Canal, com a Monja e também para manter o nosso próprio trabalho sempre em questão.

APÊNDICE D – Entrevista com Sri Prem Baba

1. Qual a sua intenção ao iniciar um trabalho ativo nas redes sociais?

Hoje o mundo se comunica através das redes sociais. Minha intenção foi de acompanhar o movimento evolutivo. A essência da espiritualidade como amor, verdade, compaixão, são eternos e imutáveis. É o que somos. Mas a forma de comunicar a espiritualidade pode se inovar. E a inovação neste caso, diz respeito a acompanhar o desenvolvimento da tecnologia de informação.

2. Em sua opinião, as redes sociais (fanpage no Facebook e canal no YouTube) têm ajudado significativamente a sua missão como guru espiritual?

Posso dizer que sem sombra de dúvidas muito mais pessoas tem tido acesso a minha mensagem através do Facebook e do meu canal no YouTube. E ajuda significativamente minha missão na medida em que o buscador que chega para iniciar os estudos comigo já pôde conhecer muito do trabalho que realizo através desses canais da internet. Percebo que através das redes sociais, os caminhos do autoconhecimento são abertos. Depois a pessoa chega presencialmente para aprofundar a experiência.

3. Você mudaria a forma de atuação da equipe de comunicação do Awaken Love?

Minha equipe de comunicação é bem dedicada e tenta ao máximo se adaptar a evolução dos processos. O que eu percebo é que tudo o que envolve comunicação especialmente através das mídias sociais, evolui numa velocidade alucinante. E é preciso ter o "DNA" para acompanhar essas constantes transformações. Acredito que os jovens tenham esse DNA. Eu trabalho basicamente com voluntários que às vezes se sentem desafiados e sobrecarregados com essa velocidade. Mas não mudaria a forma de atuação da equipe. O que estou tentando fazer é ampliar o quadro de colaboradores, especialmente com jovens entendidos deste universo para criar conteúdos cada vez mais acessíveis e ter a habilidade necessária para acompanhar o ritmo exigido pela internet.

4. Se sente bem representado das redes sociais e considerada os conteúdos publicados fiéis àquilo que você transmite?

Aquilo que é veiculado nos meus canais oficiais me representa. Os conteúdos são fiéis a minha mensagem, mas sinto que pode ser melhorado. Damos um salto a pouco tempo, renovando os vídeos e suas embalagens. Porque na medida em que conheço mais deste universo (das redes

sociais) percebo que ele tem uma linguagem própria. E minha mensagem nem sempre é falada nesta linguagem.

- 5. Você recebe feedbacks a respeito de suas redes sociais? O que as pessoas costumam relatar sobre isso?**

Recebo muitos feedbacks. De uma maneira geral as pessoas demonstram muita gratidão pelo compartilhamento dos meus conteúdos através das redes sociais. Elas relatam que essas transmissões alimentam a chama da conexão, que é um alimento para alma... Especialmente para aqueles que estão longe fisicamente.

- 6. Você considera que sua presença na internet é importante sendo assim um veículo somatório para a disseminação de seus ensinamentos?**

Sim. Com certeza.